

Difusi Pengetahuan Perencanaan Pajak

Rida Rosmawati¹, Memen Kustiawan², Ida Farida Adi Prawira³

Universitas Pendidikan Indonesia

Abstract

Knowledge of tax planning is very important for companies to comply with tax laws and also to understand the various loopholes in these laws that companies can take advantage of to increase the efficiency of paying taxes. The purpose of this study is to provide an overview of the various ways companies can gain knowledge regarding tax planning and its impact on the company. We will present various results of previous research related to the transfer of tax planning knowledge that occurs in companies. The method we use is a systematic literature review. The results of this literature review show that there are various ways to gain knowledge about tax planning, namely through the labor market, external auditor services, tax intermediary banks, customer supplier relations and corporate network ties. However, we have not found any research that examines the role of tax expert training in providing diffusion related to knowledge about taxation. This review can provide a starting point for researchers to explore further regarding the effective diffusion of tax planning knowledge tailored to the characteristics of the company and can open up new information regarding various perspectives that arise regarding the diffusion of tax knowledge.

Keywords: *diffusion; tax knowledge, tax planning.*

Abstrak

Pengetahuan tentang perencanaan pajak sangat penting bagi perusahaan untuk mematuhi undang-undang perpajakan dan juga untuk memahami berbagai celah dari undang-undang tersebut yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan efisiensi pembayaran pajak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran terkait berbagai cara perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan terkait perencanaan pajak dan dampaknya bagi perusahaan. Kami akan memaparkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan transfer pengetahuan perencanaan pajak yang terjadi di perusahaan. Metode yang kami gunakan adalah systematic literature review. Hasil tinjauan literatur ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai cara untuk mendapatkan pengetahuan tentang perencanaan pajak, yaitu dapat melalui pasar tenaga kerja, jasa auditor eksternal, bank perantara pajak, hubungan pelanggan pemasok dan ikatan jaringan perusahaan. Namun kami belum menemukan adanya penelitian yang mengkaji tentang peran pelatihan tenaga ahli pajak dalam memberikan difusi terkait pengetahuan tentang perpajakan. Tinjauan ini dapat memberikan titik awal bagi para peneliti untuk mengeksplorasi lebih lanjut terkait difusi pengetahuan perencanaan pajak yang efektif disesuaikan dengan karakteristik perusahaan serta dapat membuka informasi baru terkait berbagai sudut pandang yang muncul terkait difusi pengetahuan pajak.

Kata Kunci: difusi; pengetahuan pajak, perencanaan pajak.

Corresponding author. ridarosmawati@upi.edu

How to cite this article. Rosmawati, R. Kustiawan, M., Prawira, I.F.A., (2023). Difusi Pengetahuan Perencanaan Pajak. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*. 11 (1), 12-20. Retrieved from <https://ejournal.upi.edu/index.php/JPAK/article/view/41840>

History of article. Received: December 2021, September 2022, Published: January 2023

PENDAHULUAN

Difusi pengetahuan pajak merupakan proses penyebaran pengetahuan terkait perpajakan dari satu pihak ke pihak yang lain. Makna difusi sendiri adalah proses di mana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara para anggota suatu sistem sosial (Rogers, 2010). Dalam penelitian ini kami menspesifikan difusi yang dimaksudkan adalah dalam hal pengetahuan perpajakan, saluran apa sajakah yang akan menjadi jalan difusi pengetahuan perpajakan ini. Seperti halnya kegiatan investasi, perencanaan pajak yang berhasil dapat meningkatkan kinerja perusahaan sedangkan perencanaan pajak yang gagal dapat menurunkan nilai perusahaan, dan jenis yang berbeda aktivitas perencanaan pajak dapat memiliki tingkat risiko bawaan yang berbeda (Cen et al., 2020) Karakteristik pengetahuan pajak berdampak pada difusinya karena semakin banyak pengetahuan pajak memenuhi syarat sebagai eksplisit, semakin mudah untuk didifusikan (Meier 2011; Bresman et al., 2010).

Penyebaran perencanaan pajak di seluruh perusahaan, merupakan sebuah fenomena dinamis yang disebut sebagai difusi perencanaan pajak. (Cen et al., 2020) Banyak penelitian yang memberikan penjelasan untuk variasi cross section dalam penghindaran pajak, namun hanya terdapat bukti yang terbatas tentang difusi pengetahuan tentang penghindaran pajak. (Lim et al., 2018). Hal ini ditegaskan oleh Barrios bahwa meskipun dikenal luas bahwa perusahaan terlibat dalam perencanaan pajak, namun mereka kurang memahami bagaimana perusahaan untuk memperoleh pengetahuan yang diperlukan (Barrios dan Gallemore, 2021).

Kewajiban perpajakan menjadi hal yang mutlak bagi setiap perusahaan. Oleh karenanya sangat penting untuk memahami segala peraturan yang terkait dengan perpajakan. Perusahaan juga akan berusaha keras untuk meminimalisir biaya pajak yang harus dikeluarkan, untuk memaksimalkan laba. Hal tersebut dapat dilakukan dengan membuat perencanaan pajak yang baik. Perencanaan pajak merupakan langkah awal yang sistematis untuk melakukan pengumpulan dan

penelitian terhadap peraturan perpajakan sehingga dapat dipilih langkah penghematan pajak yang paling optimal. Kegiatan perencanaan pajak atau pajak strategi bisa di mana saja di sepanjang kontinum tergantung pada seberapa agresif aktivitas tersebut dalam mengurangi pajak (Hanlon dan Heitzman, 2010). Perencanaan pajak dibuat sebelum tahun berjalan, jadi kita harus sudah memiliki prediksi atau proyeksi bisnis untuk tahun yang akan datang. Tanpa perencanaan pajak yang baik mungkin saja kita harus membayar pajak yang tinggi, dan sebaliknya dengan membuat perencanaan yang baik melalui pemahaman celah undang-undang perpajakan yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk melakukan penghematan pembayaran pajak dengan cara yang legal.

Tentu untuk membuat perencanaan pajak, diperlukan pengetahuan yang baik baik terkait dengan bagaimana cara membuat perencanaan pajak dan strategi yang tepat dengan karakteristik masing-masing perusahaan.

Kajian ini bertujuan untuk memberikan berbagai gambaran terkait dengan transfer pengetahuan perencanaan perpajakan yang dilakukan di perusahaan. Metodologi yang digunakan adalah metode literatur review, yang terdiri dari merakit dan mensintesis penelitian yang telah diterbitkan sebelumnya. literature review ini menyoroti cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan perencanaan pajak.

Kami menemukan bahwa penelitian terkait dengan difusi pengetahuan perpajakan memiliki hasil yang berbeda-beda. Setiap peneliti, memiliki hipotesis pada hal yang diyakininya merupakan jalan terjadinya difusi pengetahuan pajak pada perusahaan. Hal ini menjadi sangat menarik karena pada dasarnya strategi perencanaan pajak sering berfungsi sebagai ide penghematan pajak pasar massal dan tidak terbatas pada industri tertentu Müller dan Weinrich, 2021).

Brown (2011) dan Brown dan Drake (2014), menemukan bahwa strategi perencanaan pajak menyebar di antara perusahaan-perusahaan dengan papan interlock. Cen et al. (2017) menemukan

bahwa perencanaan pajak yang lebih besar di antara perusahaan dalam hubungan pelanggan-pemasok, tetapi tidak memeriksa apakah perencanaan pajak menyebar melalui hubungan tersebut, kemudian Gallemore et al. (2019) dan Lim et al. (2018) menunjukkan bahwa hubungan perbankan umum dan hubungan auditor, masing-masing, dapat memfasilitasi penyebaran perencanaan pajak, tahun 2021 Gallemore bersama Barrios telah melakukan penelitian kembali pada perusahaan S & P 1500 dan hasilnya menunjukkan bahwa konsisten dengan pasar tenaga kerja yang memainkan peran penting dalam penyebaran pengetahuan perencanaan pajak melalui pergerakan karyawan, mereka menemukan bahwa perusahaan mengalami peningkatan dalam perencanaan pajak ketika mempekerjakan seorang karyawan yang sebelumnya bekerja di perusahaan pajak yang agresif.

Berbagai perbedaan hasil penelitian tersebut, membuat peneliti tertarik untuk mengkaji berbagai cara difusi yang dapat digunakan perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan terkait perpajakan, sehingga dapat berpengaruh efektif pada penghematan pajak perusahaan.

METODE

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah literature review. Literature review diidentifikasi dengan menjelajahi database Web of Science, diikuti oleh Scopus dengan memasukan kata kunci " Difusi Pengetahuan Perencanaan Pajak". Hasilnya, sebanyak 50 artikel 10 tahun terakhir dengan rentan waktu antara 2009 sampai dengan 2021. Dari 50 artikel yang di dapat kemudian dibaca, dianalisis dan dikodekan menggunakan program spreadsheet.

Skema Pengkodean

Skema pengkodean diadaptasi dari pendekatan terstruktur / sistemik terhadap tinjauan pustaka. Pendekatan dengan menggunakan empat kategori utama dalam menganalisis artikel ditunjukkan dalam Tabel 1, yaitu berikut:

a. Data dasar: penulis, tahun publikasi, jurnal, tempat studi

- b. Metode penelitian: pendekatan penelitian, metode, tema, pengumpulan data, metode analisis, hasil penelitian
- c. Analisis isi: rubrik, penilaian, teknologi, area konten dan jalur yang dirancang (yaitu, bagaimana peneliti / guru pendidik merancang rubrik penilaian pada pendidikan vokasional disesuaikan dengan kompetensi yang akan diukur)
- d. Diskusi: isu yang dibahas, petunjuk masa depan, komentar pribadi

Table 1. Skema Pengkodean

Data Dasar	Metode Penelitian	Analisis Isi	Diskusi

Keempat bidang pengkodean ini memungkinkan para peneliti untuk secara sistematis mempelajari tren, permasalahan dan kemungkinan yang muncul arah penelitian masa depan. Komentar pribadi adalah hasil dari pertanyaan dan pemahaman yang muncul dari para peneliti tentang literatur review.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penghindaran pajak perusahaan merupakan salah satu kajian utama yang dilakukan oleh para peneliti dalam bidang bidang perpajakan (Hanlon dan Heitzman, 2010). Pendekatan holistik untuk perencanaan pajak dan optimalisasi strategi perencanaan pajak merupakan faktor penting pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Eksekutif bagian pajak berpengaruh positif dengan perencanaan pajak. Dan yang paling menentukan outcome pajak adalah kekuatan dan status bagian pajak. (Ege et al., 2020). Insentif atau gaji yang diberikan perusahaan untuk direktur pajak ditujukan untuk membuat perencanaan pajak yang efektif agar beban pajak pada laporan keuangan bisa berkurang. Namun ternyata tidak ada hubungan langsung antara nilai insentif untuk direktur pajak dengan efektifitas perencanaan pajak. (Armstrong et al., 2012).

Kemampuan perusahaan untuk menghindari pajak dipengaruhi oleh kualitas lingkungan informasi internal mereka, dengan tarif pajak efektif yang lebih rendah untuk perusahaan yang memiliki kualitas informasi internal yang tinggi, terutama untuk perusahaan yang butuh koordinasi yang lebih besar misalkan karena pengaruh wilayah geografis. (Gallemore dan Labro, 2015).

Berbagai penelitian telah membahas cara yang digunakan untuk melakukan difusi pengetahuan perencanaan pajak, yaitu dapat kami simpulkan sebagai berikut:

Pasar Tenaga Kerja

Pertama, peran pasar tenaga kerja dalam memfasilitasi pertukaran pengetahuan perencanaan pajak diantara perusahaan. Pada pasar tenaga kerja untuk karyawan departemen pajak berasal dari dua hal umum, yaitu wawasan dan yang kedua adalah pengalaman (Franco dan Filson, 2006; Barrios dan Gallemore, 2021). Perusahaan mengalami kenaikan dalam perencanaan pajak setelah mempekerjakan karyawan yang sebelumnya bekerja di perusahaan yang agresif pajak, Tes lebih lanjut menunjukkan bahwa pengetahuan perencanaan pajak sangat spesifik: peningkatan penghindaran pajak lebih besar ketika perekrutan dan perusahaan sebelumnya serupa (Barrios dan Gallemore, 2021).

Jaringan

Klien yang membeli layanan pajak dari perusahaan audit eksternal mereka terlibat dalam penghindaran pajak yang lebih besar ketika perusahaan audit eksternal mereka adalah ahli pajak. Karena firma audit eksternal berpotensi mempengaruhi aktivitas penghindaran pajak klien melalui penyediaan jasa konsultasi pajak dan audit laporan keuangan (Omer Wang, 2012; Klassen et al., 2016). Keahlian keseluruhan perusahaan audit eksternal umumnya dikaitkan dengan penghindaran pajak yang lebih besar, yang menunjukkan bahwa para ahli secara keseluruhan dapat menggabungkan keahlian audit dan pajak mereka untuk mengembangkan strategi pajak yang menguntungkan klien dari perspektif pajak dan laporan keuangan (Omer Wang., 2012).

Bank Perantara Pajak

Perusahaan mengalami pengurangan pajak yang berarti ketika mereka memulai hubungan dengan bank yang kliennya terlibat dalam perencanaan pajak. Dan klien potensial lebih cenderung memilih bank perantara pajak daripada bank bukan perantara pajak. (Gallemore et al., 2019) penelitian gallemore tersebut menemukan bahwa perusahaan mengalami peningkatan dalam perencanaan pajak jika mereka berpasangan dengan bank yang berspesialisasi dalam layanan perencanaan pajak klien.

Jaringan Antar Perusahaan

Ikatan jaringan antar perusahaan dengan pajak rendah lebih berpengaruh ketika strategi dan kegiatan operasinya sejenis, dan ikatan ini dibangun oleh para direktornya (Brown dan Drake., 2014.). Perencanaan pajak menyebar dari pelanggan utama ke pemasok dependen mereka. difusi perencanaan pajak memiliki efek nyata pada pasar produk dan bahwa kedua pihak dalam difusi perencanaan pajak berbagi manfaat. Ketika perencanaan pajak menyebar ke pemasok, pemasok berbagi penghematan pajak dengan pelanggan mereka dengan mengurangi mark-up pada produk mereka. Akhirnya, ditemukan bahwa difusi perencanaan pajak lebih jelas ketika pelanggan dan pemasok berbagi auditor eksternal yang sama dan ketika mereka. dan saluran difusi ini saling melengkapi dan ketika mereka berada di negara bagian yang sama, menunjukkan bahwa saluran difusi ini saling melengkapi. (Cen et al., 2020).

Aliansi Strategi

Difusi pengetahuan pajak melalui aliansi strategis dengan secara kokoh mendokumentasikan penurunan yang berarti secara ekonomi dalam tarif pajak efektif tunai dari perusahaan pajak tinggi dalam aliansi strategis. (Müller dan Weinrich., 2021).

Perencanaan pajak perusahaan oleh perusahaan multinasional, yaitu kemampuan perusahaan multinasional untuk merencanakan urusan pajaknya dengan menggunakan banyak strategi untuk mengurangi tagihan pajaknya secara legal. (Coope dan Nguyen, 2020). Perencanaan pajak merupakan langkah awal yang sistematis

untuk melakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan sehingga dapat dipilih langkah penghematan pajak yang paling optimal. Perencanaan pajak dibuat sebelum tahun berjalan, jadi kita harus sudah memiliki prediksi atau proyeksi bisnis untuk tahun yang akan datang.

Kualitas sumber daya manusia merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan kualitas sebuah hasil pekerjaan. Pada beberapa literatur ekonomi mendokumentasikan bahwa mobilitas karyawan berfungsi sebagai mekanisme penting untuk difusi pengetahuan (Song et al., 2003; Franco dan Filson, 2006; Jara-Figueroa et al., 2018) Begitupun dengan investasi pada sumber daya manusia di bagian pajak merupakan input yang signifikan dalam keputusan perpajakan perusahaan (Cheng et al., 2021). Pada banyak industri salah satu metode difusi yang paling penting adalah melalui mobilitas karyawan. Banyak karyawan yang masuk ke perusahaan dimulai dengan karyawan dari perusahaan lama dengan menggunakan beberapa pengetahuan teknologi mantan majikan mereka. (Franco, Filson, 2006). Penelitian menemukan bahwa manfaat perencanaan pajak dari mempekerjakan seorang karyawan dari perusahaan yang agresif pajak lebih kuat ketika karyawan tersebut memiliki lebih banyak pengalaman pajak dan dipekerjakan ke peran departemen pajak senior, dan ketika perusahaan perekrutan kemungkinan besar memiliki pengetahuan perencanaan pajak yang lebih sedikit sebelum dipekerjakan. Tes lebih lanjut menunjukkan bahwa pengetahuan perencanaan pajak sangat spesifik: peningkatan penghindaran pajak lebih besar ketika perekrutan dan perusahaan sebelumnya serupa (yaitu, beroperasi di sektor yang sama atau memiliki operasi asing yang serupa) (Barrios dan Gallemore., 2021).

Hal tersebut jelas menunjukkan bahwa pasar tenaga kerja berperan cukup signifikan dalam difusi pengetahuan pajak, ketika perusahaan merekrut karyawan tentu perusahaan tersebut akan melihat latar belakang karyawan dan mempertimbangkan pengalaman yang mereka miliki. pengalaman ini sangat penting, terutama dalam perencanaan perpajakan yang sangat kompleks (Guenther et al., 2017; Dyreng et al.,

2019; Hoppe et al., 2019). Ketika karyawan yang sebelumnya memiliki pengalaman di bidang perpajakan maka mereka akan lebih mudah untuk mengikuti pekerjaan ditempat yang baru, bahkan mereka bisa memberikan wawasan baru terkait pengerjaan pekerjaan ditempat yang baru, sebagai hasil pengetahuan mereka dari tempat kerja sebelumnya. Tentu agar dapat berdampak pada pengurangan biaya pajak perlu dukungan dari pengambil keputusan, karena jika hanya strategi tanpa aksi, maka hal tersebut akan menjadi sia-sia. Hal ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa suatu perencanaan pajak yang efektif tidak tergantung kepada seorang ahli pajak yang profesional, akan tetapi sangat tergantung kepada kesadaran dan keterlibatan para pengambil keputusan akan adanya dampak pajak yang melekat pada setiap aktivitas perusahaannya. (Kustiawan, Solikin, 2004). Jadi pasar tenaga kerja merupakan salah satu jalan yang efektif untuk melakukan transfer pengetahuan perencanaan pajak di sebuah perusahaan. Dengan proses rekrutmen yang tepat, maka pengetahuan perencanaan pajak dari perusahaan karyawan sebelumnya dapat diadopsi oleh perusahaan baru tempat karyawan tersebut bekerja.

Selain melalui pasar tenaga kerja, perusahaan juga dapat meminta jasa auditor untuk memberikan perencanaan pajaknya. Klien yang membeli layanan pajak dari perusahaan audit eksternal mereka terlibat dalam penghindaran pajak yang lebih besar ketika perusahaan audit eksternal mereka adalah ahli pajak. Karena firma audit eksternal berpotensi mempengaruhi aktivitas penghindaran pajak klien melalui penyediaan jasa konsultasi pajak dan audit laporan keuangan (Omer, Wang, 2012; Klassen et al., 2016). Ikatan jaringan auditor dapat memfasilitasi transfer informasi di antara portofolio klien karena keuntungan informasi (misalnya, Aobdia et al., 2015; Cai et al., 2016). Auditor mengumpulkan banyak informasi tentang klien mereka melalui pelaksanaan audit dan melalui komunikasi formal atau informal dengan eksekutif senior dan mereka umumnya membuat kontrak dengan banyak perusahaan, yang memungkinkan auditor menjadi perantara informasi di antara portofolio klien

mereka. Auditor mengumpulkan banyak informasi tentang klien mereka melalui pelaksanaan audit dan melalui komunikasi formal atau informal dengan eksekutif senior dan mereka umumnya membuat kontrak dengan banyak perusahaan, yang memungkinkan auditor menjadi perantara informasi di antara portofolio klien mereka (Lim, et al., 2018). McGuire et al. (2012) melaporkan bukti bahwa baik pajak industri atau keahlian keseluruhan (baik audit dan pajak) dari perusahaan audit eksternal yang menyediakan layanan audit dan pajak terkait dengan penghindaran pajak yang lebih besar untuk klien mereka. Bukti mereka menunjukkan bahwa perusahaan audit dengan pajak atau keahlian keseluruhan membantu klien mereka untuk merancang strategi penghindaran pajak yang menguntungkan perusahaan klien.

Secara khusus, dalam melakukan pekerjaan audit mereka, auditor individu sering melakukan komunikasi rahasia dengan tim manajemen puncak klien mereka dan mengumpulkan sejumlah besar informasi pribadi tentang klien mereka, termasuk strategi penghematan pajak khusus klien. Kedua, auditor individu sangat cocok untuk menyebarkan strategi perencanaan pajak di seluruh perusahaan, karena auditor individu membuat kontrak dengan banyak perusahaan (Lim et al., 2018).

Mungkin beberapa paparan di atas menimbulkan pertanyaan, karena seperti yang kita ketahui bahwa kantor akuntan publik dilarang untuk menyebarkan informasi klien nya. hal tersebut sangat betul dan jika dilakukan akan bertentangan dengan kode etik profesi auditor. Namun yang kami soroti pada penjelasan ini adalah adanya sebuah ikatan jaringan antar mitra audit. bahwa melalui jaringan mitra audit eksternal, dapat menjadi salah satu jalan untuk melakukan difusi pengetahuan perpajakan. Hal ini mungkin berlangsung secara informal, melalui berbagai pembicaraan antara auditor individu dengan pucuk pimpinan perusahaan dan mungkin juga ini merupakan salah satu cara yang mungkin bagi auditor individu untuk menambah nilai adalah membantu klien menghemat pajak dengan menggunakan pengalaman atau keahlian terkait pajak yang mereka peroleh dari klien pajak rendah lainnya. Setelah ada bukti empiris yang

menyatakan bahwa penghindaran pajak secara positif terkait dengan ikatan jaringan mitra audit perusahaan dengan perusahaan pajak rendah, maka dapat kita simpulkan bahwa saluran difusi pengetahuan pajak yang kedua adalah jaringan mitra audit eksternal.

Hubungan sosial perusahaan dengan berbagai pihak juga dapat membuka jalan untuk difusi pengetahuan tentang perpajakan, salah satunya adalah hubungan dengan perbankan, perusahaan mengalami pengurangan pajak yang berarti ketika mereka memulai hubungan dengan bank yang kliennya terlibat dalam perencanaan pajak. Dan klien potensial lebih cenderung memilih bank perantara pajak daripada bank bukan perantara pajak. (Gallemore et al., 2019). Bank memiliki beberapa atribut yang membuatnya cocok untuk bertindak sebagai perantara pajak. Melalui pinjaman, bank memperoleh informasi pribadi (termasuk pengembalian pajak dan proyeksi laporan keuangan) tentang klien dan operasi mereka (Carrizosa dan Ryan, 2017; Minnis dan Sutherland, 2017) yang memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi klien yang tidak sepenuhnya memanfaatkan peluang perencanaan pajak yang tersedia. Bank dengan keahlian industri memiliki informasi yang lebih baik tentang peluang perencanaan pajak industri dan kegiatan non-peminjaman bank menunjukkan saling melengkapi dengan perencanaan pajak klien, masing-masing. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan peluang perencanaan pajak yang lebih besar, sebagaimana dibuktikan oleh operasi multinasional, dan perusahaan dengan arus kas yang lebih rendah mendapat manfaat lebih dari layanan perencanaan pajak yang disediakan bank (Gallemore, 2018). Penjabaran tersebut sangat jelas bahwa bank yang bertindak sebagai perantara pajak, yakni bank yang membantu perusahaan untuk membuat perencanaan pajak kliennya akan dapat berperan sebagai jalan difusi pengetahuan pajak yang efektif. Tentu sebuah bank memiliki banyak klien, dan mungkin saja di antara klien tersebut ada perusahaan yang bergerak pada bidang usaha sejenis, sehingga bank perantara pajak ini memiliki pengalaman yang dapat digunakan pada untuk membuat perencanaan pajak

yang efektif untuk kliennya yang lain. Bank perantara pajak ini tentu memiliki pengetahuan yang cukup dalam terkait dengan perencanaan pajak, karena dengan keberhasilan melakukan penghindaran pajak yang efektif maka tentu akan membuat para klien mereka menjadi loyal.

Perusahaan dapat belajar dari dan mengadopsi praktik efisien dari mitra dagangnya dan mereka menunjukkan bahwa produktivitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemasok produktivitas (Serpa dan Krishnan, 2018). Tahun 2016 Isaksson et al. menemukan bahwa inovasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi pemasok. Ikatan jaringan antar perusahaan dengan pajak rendah lebih berpengaruh ketika strategi dan kegiatan operasinya sejenis, dan ikatan ini dibangun oleh para direktornya (Brown dan Drake, 2014). Kemudian (Dyregang, Maydew, 2017) menunjukkan bahwa koneksi lintas perusahaan berdampak pada perencanaan pajak. Ikatan jaringan antar perusahaan salah satunya adalah hubungan antara pemasok dan pelanggan. pernyataan tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan informasi antara pelanggan dan pemasok. Begitupun dalam perpajakan Cen et al. (2017), melakukan analisis peer-to-peer dan menyelidiki transfer pengetahuan pajak di sepanjang rantai pasokan. Mereka mendokumentasikan bahwa baik pelanggan dan pemasok meningkatkan aktivitas perencanaan pajak mereka setelah hubungan mereka dianggap tergantung. Lebih lanjut Cen et al. 2020 menemukan bahwa difusi perencanaan pajak memiliki efek nyata pada pasar produk dan bahwa kedua pihak dalam difusi perencanaan pajak berbagi manfaat. Ketika perencanaan pajak menyebar ke pemasok, pemasok berbagi penghematan pajak dengan pelanggan mereka dengan mengurangi mark-up pada produk mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara pemasok dan pelanggan, tidak hanya sebatas hubungan jual beli produk, tapi lebih luas dari itu, mereka dapat berbagi berbagai pengetahuan yang tentunya saling menguntungkan. Penelitian ling cen ini pun melengkapi penelitian sebelumnya yang membahas terkait peran jaringan mitra audit eksternal dalam difusi pengetahuan perencanaan

pajak. Ling Cet et al. (2020) berpendapat bahwa perencanaan pajak lebih jelas ketika pelanggan dan pemasok berbagi auditor eksternal yang sama dan ketika mereka dan saluran difusi ini saling melengkapi. Maka dapat kita simpulkan bahwa ikatan jaringan perusahaan, apakah itu hubungan sebagai pemasok dan pelanggan, hubungan antara dewan perusahaan ataupun hubungan secara personal diantara pucuk pimpinan dapat terbentuk saluran informasi yang bisa digunakan untuk saling bertukar informasi terkait pengetahuan perencanaan perpajakan, yang secara empiris terbukti efektif dalam penghindaran perpajakan perusahaan.

Selain jaringan antar perusahaan yang terbentuk secara informal. Jaringan perusahaan ada yang dibentuk secara formal namun tidak terikat secara hukum. Hubungan seperti ini dinamakan aliansi strategis. Umumnya, aliansi strategis memaksa perusahaan untuk melakukan investasi dan dukungan lain untuk tujuan bersama (Yin dan Shanley, 2008). aliansi strategis membangun koneksi lintas perusahaan di mana perusahaan mendapat manfaat dari pengetahuan pajak mitra mereka dan mengubah perilaku perencanaan pajak mereka (Müller dan Weinrich, 2021) lebih lanjut penelitian ini menemukan bahwa penurunan yang berarti secara ekonomi dalam tarif pajak efektif tunai dari perusahaan pajak tinggi dalam aliansi strategis dengan perusahaan pajak rendah relatif terhadap perusahaan pajak tinggi dalam aliansi strategis dengan perusahaan pajak tinggi lainnya, penyesuaian terjadi rata-rata dalam dua tahun setelah inisiasi aliansi strategis. Hal ini menunjukkan bahwa waktu yang telah berlalu merupakan fasilitator penting untuk difusi pengetahuan pajak.

Data empiris yang didapatkan peneliti, menunjukkan bahwa aliansi strategis perusahaan merupakan salah satu jalan difusi pengetahuan pajak yang efektif yaitu yang secara signifikan berpengaruh pada penurunan tarif pajak efektif setelah perusahaan bergabung dengan aliansi tersebut. Kondisi ini merupakan salah satu dampak positif dari adanya aliansi yaitu bertujuan untuk memajukan bisnis mereka secara bersama-sama, sehingga muncul rasa percaya untuk saling berbagi

pengetahuan termasuk dalam hal perencanaan pajak.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan kajian literatur dari berbagai artikel ilmiah, dapat kami simpulkan bahwa difusi pengetahuan perencanaan pajak dapat didapatkan dengan berbagai cara, secara garis besar terdapat lima cara yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu melalui pasar tenaga kerja, jaringan mitra audit eksternal, bank perantara pajak, ikatan jaringan perusahaan, dan aliansi strategis. Dengan perencanaan pajak yang baik selain untuk mencapai penghematan biaya pajak perusahaan. Diharapkan juga dapat menaikkan nilai perusahaan. Seperti yang telah disebutkan diatas bahwa terdapat lima cara untuk melakukan atau mendapatkan difusi perencanaan pajak, hal tersebut disesuaikan dengan karakteristik masing-masing perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aobdia, D., Lin, C. J., and Petacchi, R. (2015). Capital market consequences of audit partner quality. *The Accounting Review*, 90(6), 2143-2176.
- Armstrong, C. S., Blouin, J. L., and Larcker, D. F. (2012). The incentives for tax planning. *Journal of accounting and economics*, 53(1-2), 391-411.
- Barrios, J. M., and Gallemore, J. (2021). *Tax Planning Knowledge Diffusion via the Labor Market* (No. w28775). National Bureau of Economic Research.
- Bresman, H., Birkinshaw, J., and Nobel, R. (1999). Knowledge transfer in international acquisitions. *Journal of international business studies*, 30(3), 439-462.
- Brown, J. L. (2011). The spread of aggressive corporate tax reporting: A detailed examination of the corporate-owned life insurance shelter. *The Accounting Review*, 86(1), 23-57.
- Brown, J. L., and Drake, K. D. (2014). Network ties among low-tax firms. *The Accounting Review*, 89(2), 483-510.
- Cai, Y., Dhaliwal, D. S., Kim, Y., and Pan, C. (2014). Board interlocks and the diffusion of disclosure policy. *Review of Accounting Studies*, 19(3), 1086-1119.
- Carrizosa, R., and Ryan, S. G. (2017). Borrower private information covenants and loan contract monitoring. *Journal of Accounting and Economics*, 64(2-3), 313-339.
- Cen, L., Maydew, E. L., Zhang, L., and Zuo, L. (2017). Customer-supplier relationships and corporate tax avoidance. *Journal of Financial Economics*, 123(2), 377-394.
- Cen, L., Maydew, E. L., Zhang, L., and Zuo, L. (2020). Tax planning diffusion, real effects, and sharing of benefits. *Kenan Institute of Private Enterprise Research Paper*, (18-15), 2019-97.
- Chen, X., Cheng, Q., Chow, T., and Liu, Y. (2021). Corporate In-house Tax Departments. *Contemporary Accounting Research*, 38(1), 443-482.
- Cooper, M., and Nguyen, Q. T. (2020). Multinational enterprises and corporate tax planning: A review of literature and suggestions for a future research agenda. *International Business Review*, 29(3), 101692.
- Dyreng, S. D., Hanlon, M., and Maydew, E. L. (2019). When does tax avoidance result in tax uncertainty?. *The Accounting Review*, 94(2), 179-203.
- Dyreng, S. D., Hanlon, M., Maydew, E. L., and Thornock, J. R. (2017). Changes in corporate effective tax rates over the past 25 years. *Journal of Financial Economics*, 124(3), 441-463.
- Ege, M. S., Hepfer, B. F., and Robinson, J. R. (2021). What matters for in-house tax

- planning: Tax function power and status. *The Accounting Review*, 96(4), 203-232.
- Franco, A. M., and Filson, D. (2006). Spin-outs: knowledge diffusion through employee mobility. *The Rand journal of economics*, 37(4), 841-860.
- Gallemore, J., and Labro, E. (2015). The importance of the internal information environment for tax avoidance. *Journal of Accounting and Economics*, 60(1), 149-167.
- Gallemore, J., Gipper, B., and Maydew, E. (2019). Banks as tax planning intermediaries. *Journal of Accounting Research*, 57(1), 169-209.
- Guenther, D. A., Matsunaga, S. R., and Williams, B. M. (2017). Is tax avoidance related to firm risk?. *The Accounting Review*, 92(1), 115-136.
- Hanlon, M., and Heitzman, S. (2010). A review of tax research. *Journal of accounting and Economics*, 50(2-3), 127-178.
- Hoppe, T., Schanz, D., Sturm, S., and Sureth, C. (2019). *Measuring tax complexity across countries: A survey study on MNCs* (No. 245). arqus Discussion Paper.
- Isaksson, O. H., Simeth, M., and Seifert, R. W. (2016). Knowledge spillovers in the supply chain: Evidence from the high tech sectors. *Research Policy*, 45(3), 699-706.
- Jara-Figueroa, C., Jun, B., Glaeser, E. L., and Hidalgo, C. (2018). The role of industry, occupation, and location-specific knowledge in the survival of new firms. *NBER Working Paper*, (w24868).
- Klassen, K. J., Lisowsky, P., and Mescall, D. (2016). The role of auditors, non-auditors, and internal tax departments in corporate tax aggressiveness. *The Accounting Review*, 91(1), 179-205.
- Kustiawan, M. (2004). Tax Planning. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, 1(2), 78-89.
- Lim, C. Y., Shevlin, T. J., Wang, K., and Xu, Y. (2018). Tax knowledge diffusion through individual auditor network ties: Evidence from China. *Available at SSRN 3229564*.
- McGuire, S. T., Omer, T. C., and Wang, D. (2012). Tax avoidance: Does tax-specific industry expertise make a difference?. *The Accounting Review*, 87(3), 975-1003.
- Meier, M. (2011). Knowledge management in strategic alliances: A review of empirical evidence. *International journal of management reviews*, 13(1), 1-23.
- Minnis, M., and Sutherland, A. (2017). Financial statements as monitoring mechanisms: Evidence from small commercial loans. *Journal of Accounting Research*, 55(1), 197-233.
- Müller, J., and Weinrich, A. (2020). Tax knowledge diffusion via strategic alliances.
- Rogers, E. M. (2010). *Diffusion of innovations*. Simon and Schuster.
- Serpa, J. C., and Krishnan, H. (2018). The impact of supply chains on firm-level productivity. *Management Science*, 64(2), 511-532.
- Song, J., Almeida, P., and Wu, G. (2003). Learning-by-hiring: When is mobility more likely to facilitate interfirm knowledge transfer?. *Management science*, 49(4), 351-365.
- Yin, X., and Shanley, M. (2008). Industry determinants of the “merger versus alliance” decision. *Academy of Management Review*, 33(2), 473-491.